

各 位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

2022年 6月度 売上速報

■ 百貨店事業

阪急阪神百貨店	売上高前年比(%)
阪急本店	118.7
阪神梅田本店	202.0
支店計	109.4
全店計	120.2

※2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、月次の売上速報および営業概況につきましては、当該基準等適用前の取扱高で開示しております。

○ 全店の概況

- ・ 前年は、月後半まで緊急事態宣言に伴う営業制限をしていた反動もあり、売上高前年比は2割増の結果。
- ・ インバウンドを除く国内売上高の2019年対比は103%と、コロナ前の水準を上回った。
- ・ 阪神梅田本店における売上高の2019年対比は112%、インバウンドを除く国内売上高も116%といずれも2ケタ増。
- ・ 2023年秋の完成に向けて、店舗のリモデルを進める高槻阪急では、10日に大型家電専門店がオープン。地元のお客様を中心に多数ご来店いただき、売上高も計画を大きく上回る。地域特性に応じた品揃えも人気。
- ・ 1日から承り特設会場を開設したお中元ギフトは、特に阪急・阪神両本店にて、コロナの落ち着きにより店頭での承りが売上高前年比2ケタ増で回復し、順調に推移している。

○ 阪急本店の概況

- ・ 気温の上昇に伴い、夏のスタイリングを意識したアクセサリーやバッグなど洋服に合わせる雑貨を求めるお客様が増加。中でも、前月に引き続きサンダル動きが良い。アクセサリーやジュエリーではブライダルニーズも活性化しており、夏の旅行に向けた大型のバッグやキャリーケースの需要なども、婦人・紳士ともに高まってきている。また、ボーナス前の下見のお客様も徐々に増えつつある。100万円以上の高額品の売上高前年比は約1.6倍と依然高い伸びを示す。
- ・ 父の日は、紳士カテゴリーにてギフトニーズが回復傾向。例年に比べ、メンズコスメや外出機会の増加に伴い日傘に動きが見られた。フードでは、店頭・ECともに売上高を大きく伸ばし、外食が回復する中、中食商材・ごちそう需要で寿司やステーキを中心に好調だった。また、各地での花火大会の再開もあり、ゆかたの売上高が伸長している。
- ・ 売上高の2019年対比は102%、インバウンドを除く国内売上高も111%といずれもコロナ前の水準を上回った。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度											2022年度	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
阪急本店	108.6	118.8	86.3	96.8	107.8	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	118.7
阪神梅田本店	82.4	85.7	31.8	57.8	90.5	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	202.0
支店計	99.1	106.8	91.4	94.9	101.9	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.4
全店計	102.5	111.0	84.4	93.1	103.7	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	120.2

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)	阪急オアシス	売上高前年比(%)	関西スーパー	売上高前年比(%)
全店計	97.5	全店計	89.4	全店計	94.0

※関西スーパーは参考数値です。

★数値は速報値のため、確報値とは誤差が生じることがあります。

＜本件に関するお問い合わせ先＞
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報部 TEL:06-6367-3181